

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Yogyakarta merupakan kota wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Wisatawan diberikan berbagai pilihan jenis wisata, mulai dari wisata budaya, kuliner, alam, pendidikan, sejarah dan lainnya. Destinasi wisata tersebut tersebar di seluruh wilayah Yogyakarta. Tingginya wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta memberikan tantangan bagi pengelola pariwisata untuk lebih meningkatkan pelayanan dan fasilitas sesuai dengan keinginan wisatawan dalam mengunjungi berbagai destinasi wisata di Yogyakarta. Tujuan wisatawan berkunjung ke Kota Yogyakarta tentu saja untuk menikmati berbagai obyek wisata yang tersedia, seperti Malioboro, Kraton, Alun-Alun, Pasar Beringharjo, Taman Pintar, Kuliner dan sebagainya. Hal inilah menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dengan Yogyakarta sebagai Kota Wisata sebagai tujuan berlibur bersama keluarga maupun kegiatan-kegiatan lainnya.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi menjadi salah satu sarana yang dapat menunjang dalam pengembangan promosi pariwisata. Dampak positif dari perkembangan teknologi itulah dimanfaatkan oleh para pengelola pariwisata di Yogyakarta untuk meningkatkan dan mengembangkan usahanya. Untuk menentukan dan mengembangkan promosi agar lebih terarah dan tepat sasaran salah satu caranya adalah mengetahui selera wisatawan, yang dapat diamati melalui data-data di

sosial media. Salah satu sosial media yang digunakan untuk mengetahui selera dan ketertarikan wisatawan untuk datang ke Yogyakarta adalah *twitter*.

Twitter merupakan mikroblog paling populer di Indonesia. Mikroblog ini memungkinkan pengguna untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut kicauan (*tweets*), berupa teks maksimal 140 karakter yang ditampilkan pada halaman profil pengguna (Badri, 2011). Selanjutnya Twitter adalah layanan online paling cepat saat ini. Karena twitter hanya mengizinkan para penggunanya menampilkan pesan singkat, maka twitterpun kerap disebut sebagai sms internet. Twitter bisa mengirimkan pesan singkat kepada orang-orang dengan jumlah nyaris tak terbatas (Fauzi, 2009). Twitter sebagai salah satu sosial media yang populer di kalangan remaja untuk mengungkapkan perasaan atau menceritakan perjalanan mereka. Pengguna Twitter di Indonesia ada sekitar 19,5 juta pengguna twitter (Kominfo, 2013).

Dalam sehari-hari, twitter akhirnya tidak hanya digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang hanya berisikan kegiatan rutin sehari hari. Ia juga menjadi media penyebaran berbagai pesan, laporan, dan pengalaman yang luar biasa cepatnya. Berbeda daripada facebook yang hanya dibuka dengan orang yang memiliki akun facebook, twitter dapat dibuka siapapun di internet, termasuk orang-orang yang tidak mempunyai akun twitter.

Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan setidaknya terdapat 82 juta pengguna internet di Indonesia pada

tahun 2013. Indonesia menempati posisi ketiga sedunia untuk pengguna Twitter, dengan jumlah pengguna sebanyak 58,7 juta akun atau Indonesia menyumbang sekitar 6,5% dari seluruh dunia. Sedangkan dari sisi demografi, pengguna twitter Indonesia secara umum rata-rata berusia 21 tahun, dan sekitar 62,9% didominasi pengguna yang masuk kategori remaja. Fenomena yang sama tampak pada demografi pengguna Twitter dunia, hanya 20% yang berusia di atas 30 tahun (Purna, 2013).

Para pengguna twitter selalu melakukan *update* informasi tentang berbagai hal termasuk obyek-obyek wisata di Yogyakarta. Informasi pariwisata yang dipublikasikan melalui twitter sering menjadi rujukan bagi wisatawan. Biasanya jika seseorang akan berwisata atau ketertarikan terhadap suatu wilayah pertama kali yang dicari informasi melalui media sosial termasuk twitter. Banyaknya *tweet* yang disampaikan oleh seseorang dapat menentukan jumlah lokasi wisata yang diminati dan dikunjungi oleh seseorang. Dikarenakan banyaknya *tweet* maka terkadang hasil dari pengolahan data dengan cara sederhana (*query*) tidak mendapatkan hasil yang efektif karena besarnya volume data yang diolah dan kesulitan untuk melihat asosiasi antara penjualan barang yang satu dengan yang lain. Dengan demikian perlu adanya suatu sistem yang dapat membantu secara cepat dan juga tepat. Pemanfaatan informasi dan pengetahuan yang terkandung di dalam banyaknya data tersebut, pada saat ini disebut dengan data mining.

Data mining adalah suatu istilah yang digunakan untuk menguraikan penemuan pengetahuan di dalam database atau sering disebut *Knowledge Discovery in*

Database (KDD). Penerapan Algoritma Apriori, membantu dalam membentuk kandidat kombinasi item yang mungkin terjadi, kemudian dilakukan pengujian apakah kombinasi tersebut memenuhi parameter *support* dan *confidence* minimum yang merupakan nilai ambang batas yang diberikan oleh pengguna.

Algoritma apriori adalah algoritma pengambilan data dengan aturan asosiatif (*Association rule*) untuk menentukan hubungan asosiatif suatu kombinasi item (Kusrini dan Luthfi, 2009). Algoritma apriori adalah suatu metode untuk mencari pola hubungan antar satu atau lebih item dalam suatu dataset. Dalam penggunaannya, Algoritma Apriori dapat mengurangi jumlah kandidat yang harus dihitung supportnya dengan cara pemangkasan. Algoritma apriori ini akan cocok untuk diterapkan bila terdapat beberapa hubungan item yang ingin dianalisa. Salah satunya yang bisa diterapkan adalah di dalam bidang promosi dan penentuan strategi pemasaran paket wisata.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tugas akhir dengan judul: "Penentuan Paket Wisata Di Kota Yogyakarta Dengan Menggunakan Algoritma Apriori Berdasarkan Data Twitter"

1.2. RUMUSAN MASALAH

Dari latar uraian belakang belakang di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut: "Bagaimana penentuan paket wisata di Kota Yogyakarta dengan menggunakan Algoritma Apriori berdasarkan data Twitter?".

1.3. BATASAN MASALAH

Agar pembahasan ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada yaitu:

1. Data penelitian diperoleh dari data twitter yang *men-tweet* tentang wisata di Kota Yogyakarta.
2. Menggunakan Twitter sebagai sarana untuk mendapatkan data berdasarkan *hashtag* yang berkaitan dengan wisata Yogyakarta.
3. Menggunakan data Twitter dari bulan 1 November 2016 sampai dengan 31 Desember 2016.
4. Skripsi ini merupakan bagian dari Penelitian yang berjudul "MEDIA LOKATIF UNTUK PEMETAAN MOBILITAS DAN MEMORI KOLEKTIF RUANG KOTA YOGYAKARTA" yang dibiayai oleh Dikti tahun anggaran 2017

1.4. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menentukan paket wisata di Kota Yogyakarta dengan menggunakan Algoritma Apriori berdasarkan data Twitter.
2. Untuk mempermudah wisatawan dalam memilih paket wisata dengan seluruh fasilitasnya.

3. Sebagai media informasi dan promosi bagi *stakeholder* industri pariwisata di Kota Yogyakarta.

1.5. METODE PENELITIAN

Dalam penulisan tugas akhir ini, digunakan beberapa metode sebagai acuan dalam perancangan, implementasi dan penelitian terhadap sistem yang dibuat. Metode tersebut sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Studi Pustaka dilakukan dengan mempelajari teori-teori melalui buku, artikel, jurnal dan bahan lain yang mendukung yang berhubungan dengan *algoritma apriori*, data mining, *n-gram* dan metode-metode pendukung lainnya yang dibutuhkan.

2. Analisis

Pada tahap analisis beberapa hal yang dilakukan sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan seluruh *tweet* berdasarkan *hashtag* yang berkaitan dengan wisata Yogyakarta.
- b. Menerapkan *Algoritma Apriori* dalam mengklasifikasikan *tweet*.

3. Penyusunan Laporan

Pada tahap ini, penulis melakukan penyusunan laporan tentang hasil penelitian untuk mempermudah wisatawan dalam memilih paket wisata dengan seluruh fasilitasnya, dan meningkatkan kualitas industri pariwisata di Yogyakarta dengan membuat paket-paket wisata menggunakan *Algoritma Apriori*.

1.6. SISTEMATIKA PENULISAN

Laporan ini disusun secara sistematis yang terdiri dari beberapa bab, diantaranya adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 ini berisikan tentang latar belakang yang menguraikan tentang konsep-konsep dasar pembuatan tugas akhir. Selanjutnya pada bab ini juga diuraikan tentang rumusan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Bab 2 ini berisikan tentang tinjauan pustaka yang menguraikan tentang penelitian-penelitian terdahulu yang kemudian dibandingkan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti. Selanjutnya pada Bab 2 ini diuraikan tentang teori-teori tentang data mining, *algoritma apriori*, *n-gram*, paket wisata Yogyakarta dan teori-teori lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada bab 3 ini berisi tentang metode, langkah-langkah proses analisis, klasifikasi, identifikasi dan penulisan laporan penelitian tentang upaya mempermudah wisatawan dalam memilih paket wisata dengan seluruh fasilitasnya, dan meningkatkan kualitas industri pariwisata di Yogyakarta dengan membuat paket-paket wisata menggunakan *Algoritma Apriori*.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab 4 ini berisi tentang hasil dan pembahasan dari penelitian tugas akhir penulis.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran penulis.

